

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perumusan strategi bisnis didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap pengaruh lingkungan faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari para pesaing maupun dari lingkungan industri perusahaan yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan pihak manajemen, karyawan, dan tamu/konsumen hotel, dengan pihak-pihak yang terkait serta data-data yang diperoleh dari Hotel Batik Yogyakarta, PHRI BPD DIY, BAPARDA DIY dan sumber-sumber lainnya, maka dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci eksternal dan internal yaitu :

5.1.1. Peluang (*Opportunity*)

1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang menggunakan jasa akomodasi di DIY.
2. Banyaknya potensi pariwisata yang ada di DIY.
3. Peran pemerintah daerah dalam mempromosikan Yogyakarta.
4. Kerjasama pariwisata antar negara-negara Asia Tenggara.
5. Perkembangan Bandara Adi Sucipto.
6. Harga tiket pesawat terbang yang murah.

5.1.2 Ancaman (*Threats*)

1. Ketidakstabilan politik dan keamanan di Indonesia.
2. Ketidakstabilan kurs rupiah terhadap dolar.
3. Otonomi daerah.
4. Rencana kenaikan tarif dasar listrik.

5.1.3. Kekuatan (*strength*)

1. Lokasi hotel.
2. Arsitektur bangunan hotel.
3. Pengalaman karyawan.
4. Kinerja Keuangan.
5. Suasana hotel yang tenang dan nyaman.

5.1.4. Kelemahan (*Weakness*)

1. Promosi dan Periklanan.
2. Tanah milik yayasan.
3. Kepekaan pada perubahan pasar dan teknologi.
4. Hotel tidak memiliki ruang konvensi/rapat.
5. Area parkir yang tidak memadai.

5.2. Hasil Analisis

Pada analisis data penyusunan formulasi strategi melalui tiga tahap analisis yaitu :

5.2.1. Tahap Pengumpulan data

Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal. Tahap ini menggunakan Matrik EFAS dan Matrik IFAS.

1. Dari matrik EFAS total nilai yang dibobot sebesar 2,7 menunjukkan bahwa Hotel Batik Yogyakarta diatas rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi dalam memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman.
2. Dari matrik IFAS total nilai yang dibobot sebesar 2,65 menunjukkan bahwa Hotel Batik Yogyakarta diatas rata-rata dalam kekuatan internalnya.

5.2.2. Tahap Pencocokan

Pada tahap ini menggunakan Matrik TOWS dan Matrik SPACE dengan memanfaatkan semua informasi dari Matrik EFAS dan Matrik IFAS untuk mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal untuk secara efektif menghasilkan alternatif strategi yang layak.

1. Berdasarkan Matrik TOWS, dapat dirumuskan alternatif strategi yang terdiri dari :
 - a. Meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata/ travel agent.
 - b. Meningkatkan promosi melalui jaringan internet dan media-media lainnya.
 - c. Melakukan renovasi area perhotelan dan membangun ruang konvensi /rapat atau menambah produk atau jasa baru.
 - d. Meningkatkan dan mempertahankan kinerja keuangan untuk kelangsungan hidup hotel.

- e. Melakukan rekrutmen, penempatan, pelatihan dan promosi yang mengarah pada keunggulan bersaing secara keseluruhan
- f. Melakukan efisiensi dan produktifitas dalam pengelolaan hotel.
- g. Meningkatkan dan memberdayakan kualitas tim manajemen yang tangguh untuk mengantisipasi semua perubahan yang terjadi.

2. Dari Matrik SPACE dapat terlihat dengan jelas garis vector bersifat positif, yaitu secara keuangan Hotel Batik Yogyakarta relatif cukup kuat sehingga dapat mendayagunakan secara optimal keuntungan bersaingnya dengan melaksanakan strategi agresif untuk merebut pasar. Strategi agresif memberikan beberapa alternatif strategi yaitu :

- a. Penetrasi pasar
- b. Pengembangan pasar
- c. Pengembangan produk
- d. Integrasi ke depan
- e. Integrasi ke belakang
- f. Integrasi horizontal

Pencocokan pilihan strategi dari matrik TOWS dan matrik SPACE yaitu :

- 1. Penetrasi pasar yaitu mencari pangsa pasar yang lebih besar melalui kegiatan pemasaran yang lebih gencar.
- 2. Pengembangan produk atau jasa yaitu strategi yang meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada.

3. Integrasi ke depan yaitu meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.

5.2.3. Tahap Pengambilan Keputusan

Setelah menyelesaikan tahap pencocokan maka selanjutnya menggunakan matrik QSPM untuk mengevaluasi strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan pada faktor-faktor eksternal dan internal yang dikenali sebelumnya. Tidak setiap strategi yang ada dari tahap pencocokan harus dievaluasi dalam QSPM, penilaian intuitif digunakan untuk menyeleksi strategi yang dimasukkan dalam QSPM. Dari Matrik QSPM diperoleh jumlah total nilai daya tarik tertinggi adalah 5.65 menunjukkan strategi penetrasi pasar merupakan strategi yang lebih menarik kalau dibandingkan dengan strategi yang lain.

5.3. Implikasi Manajerial

Keberhasilan suatu strategi yang telah ditetapkan sangat ditentukan oleh seberapa besar tingkat kesesuaian strategi tersebut dengan perubahan lingkungan eksternal dengan kondisi internal suatu perusahaan. Agar strategi tersebut dapat berjalan sukses, maka seluruh pihak yang terlibat dalam hotel perlu memiliki pemahaman yang menyeluruh dan mengkonsentrasikan segala energi dan perhatiannya pada pengembangan strategi tersebut. Namun perlu melakukan kombinasi strategi pasar penetrasi dan strategi pengembangan produk/jasa serta integrasi ke depan. Dimana kombinasi ketiga strategi tersebut diharapkan dapat menciptakan

keunggulan bersaing yang saling menutupi kelemahan strategi tersebut. Dengan menerapkan strategi pasar dan integrasi ke depan diharapkan hotel dapat meningkatkan pendapatan dan penjualannya serta meningkatkan tingkat hunian kamar maka pihak hotel akan memperoleh laba yang meningkat, sehingga Hotel Batik Yogyakarta dapat meningkatkan kegiatan pemasarannya dan melakukan strategi pengembangan produk atau jasa yaitu merenovasi area hotel dan fasilitas hotel lainnya serta membangun ruang konvensi/rapat agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan tamu/konsumen.

Maka sangat dibutuhkan faktor-faktor yang akan menjadikan strategi tersebut dapat diterapkan dengan efektif dan menciptakan keunggulan bersaing bagi Hotel Batik Yogyakarta antara lain:

1. Harus ada komitmen pihak pengelola dan manajemen hotel untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan secara cermat serta mengantisipasi semua perubahan lingkungan yang terjadi.
2. Melakukan rekrutmen, penempatan, pelatihan dan promosi karyawan yang mengarah pada keunggulan bersaing secara keseluruhan.
3. Pihak pengelola dan manajemen hotel harus dapat menanamkan sikap tidak cepat puas dengan situasi atau posisi yang telah dicapai saat ini kepada semua pihak yang terlibat dalam pengoperasian Hotel Batik Yogyakarta.

4. Hotel Batik Yogyakarta harus memiliki kinerja keuangan yang kuat, karena tidak mungkin menjalankan pilihan strategi tersebut tanpa dukungan finansial yang kuat.
5. Mempertahankan dan meningkatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan nilai jual bagi tamu/konsumen.
6. Melakukan renovasi area perhotelan dan fasilitas hotel serta membangun ruang konvensi /rapat atau menambah produk atau jasa baru yang dapat menciptakan keunggulan bersaing.
7. Melakukan efisensi dalam pengelolaan hotel supaya tetap memberikan laba yang besar.
8. Meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata/ travel agent.
9. Meningkatkan promosi melalui jaringan internet dan media-media lainnya.

5.4. Keterbatasan penelitian

1. Pada tahap pengumpulan data, dimana penulis memerlukan waktu yang lama untuk memperoleh data dari BAPARDA DIY karena panjangnya prosedur yang harus dilewati, datanya yang tidak lengkap yaitu data tahun 2005 belum tersedia, sehingga penulis harus memodifikasi ramalan atas dasar informasi yang diperoleh dari wawancara dengan Bapak Junaedi Arkan (Bagian Pengembangan

Pariwisata DIY) dan media berita lainnya. Begitu juga keterbatasan data yang dimiliki oleh PHRI BPD DIY.

2. Pada tahap pengolahan data dan analisis data, dimana proses ini selalu memerlukan penilaian intuitif dan asumsi-asumsi yang diperhitungkan. Memberikan penilaian terhadap bobot, rating dan nilai daya tarik tidak terlepas dari penilaian yang subyektif, walaupun dengan demikian prosesnya menggunakan informasi yang obyektifitas yaitu penulis dibantu dan diberi masukan oleh saudara Hendra mahasiswa Pasca Sarjana UAJY, serta Bapak Drs. Misbachul Munir dan Ibu Siti Nurjanah dari Hotel Batik Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Black, S.J. and Gregersen, H.B., *Leading Strategic Change*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 2003
- David, Fred R., *Concepts of Strategic Management*, alih bahasa Alexander Sindoro, Prenhallindo, 2002
- Fry, Fred L., Stoner, Charles R., and Hattwick, Rhichard E., *Business : An Intergrative Approach*, Edition 3, McGraw-Hill/Irwin, 2004
- Hunger, J.David and Wheelen, Thomas.L., *Strategy Management and Business Policy*, Edition 9, Addison-Wesley Publising Company, 2004
- Hoskisson, Robert E., Hitt, Michael A., and Ireland, R. Duane, *Competing for Advantage*, Thomson Learning, 2004
- Kotler, Philip, *Marketing Management*, International Edition, Eleventh Edition, Prentice Hall, 2003
- Kuncoro, ~~Mudrajat~~, Ph.D., *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta, Erlangga, 2003.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Jakarta, Salemba Empat, 2001
- Morris, Donald, *New Tool for Strategy Analysis : The Opportunity Model*, The Journal of Business Strategy, Vol. 26, Iss.3, Boston, 2005
- Porter, Michael E., *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Cetakan Kedua, Jakarta, Erlangga, 1993
- Pearce, John A. II and Robinson, Richard B. Jr., *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy*, 9th ed., McGraw Hill/Irwin, New York, 2005
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, Cetakan Kedua belas, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Thompson, A.A. Jr and Strickland, A.J. III, *Strategy Formulation and Implementation*, 3rd ed., Richard D. Irwin, Inc., Homewood, IL, 1992
- Yoeti, H. Oka A., Drs, *Strategi Pemasaran Hotel*, Cetakan Kedua, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2001

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 1



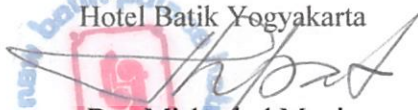
Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Tabel
Matrik EFAS Hotel Batik Yogyakarta

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
<u>Peluang</u>				
1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang menggunakan jasa akomodasi di DIY.	0.15	3	0.45	meningkatkan jumlah tamu/konsumen yang menginap di Hotel Batik Yogyakarta.
2. Banyaknya potensi pariwisata yang ada di DIY	0.10	3	0.30	meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke Yogyakarta
3. Peran pemerintah DIY dalam mempromosikan Yogyakarta.	0.20	4	0.80	terbukanya pasar baru
4. Kerjasama pariwisata antar negara-negara Asia Tenggara	0.10	3	0.30	meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke Yogyakarta
5. Perkembangan Bandara Adi Sucipto	0.05	2	0.10	terbukanya pasar baru
6. Murahnya harga tiket pesawat terbang.	0.05	2	0.10	terbukanya pasar baru
<u>Ancaman</u>				
1. Ketidakstabilan politik dan keamanan di Indonesia	0.10	1	0.10	mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia dan Yogyakarta
2. Ketidakstabilan kurs rupiah terhadap dolar	0.10	2	0.20	mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Indonesia dan Yogyakarta
3. Otonomi daerah	0.05	3	0.15	meningkatkan biaya operasional hotel
4. Rencana kenaikan tarif dasar listrik	0.10	2	0.20	meningkatkan biaya operasional hotel
Total	1		2.7	

Mengetahui,
Yogyakarta, 19 Mei 2006
Hotel Batik Yogyakarta


Drs. Misbachul Munir
Office Manager



Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Tabel
Matrik IFAS Hotel Batik Yogyakarta

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
<u>Kekuatan</u>				
1. Lokasi hotel	0.15	3	0.45	lokasi hotel strategis
2. Arsitektur bangunan hotel	0.20	4	0.80	ciri khas yang dimiliki oleh hotel
3. Pengalaman karyawan hotel	0.10	3	0.30	SDM yang loyalitas dan integritas yang tinggi
4. Kinerja keuangan	0.05	3	0.15	laba yang meningkat
5. Suasana hotel yang tenang dan nyaman	0.10	4	0.40	memberikan kenyamanan bagi tamu/konsumen
<u>Kelemahan</u>				
1. Promosi dan periklanan	0.10	1	0.10	biaya promosi dan periklanan yang menurun
2. Tanah milik yayasan	0.10	2	0.20	tidak dapat mengembangkan area hotel
3. Kepekaan pada perubahan pasar dan teknologi.	0.10	1	0.10	pihak manajemen dan karyawan susah untuk berubah
4 Hotel tidak memiliki ruang konvensi/rapat.	0.05	1	0.05	kehilangan tamu/konsumen
5. Area parkir yang tidak memadai.	0.05	2	0.10	lahan hotel yang terbatas
Total	1		2.65	

Mengetahui,

Yogyakarta, 19 Mei 2006

Hotel Batik Yogyakarta


Drs. Misbachul Munir
Office Manager



Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp. : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Tabel
Matrik TOWS Hotel Batik Yogyakarta

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ul style="list-style-type: none">• Lokasi hotel• Arsitektur bangunan hotel• Pengalaman karyawan hotel• Kinerja keuangan• Suasana hotel yang tenang dan nyaman	<ul style="list-style-type: none">• Promosi dan periklanan• Tanah hotel milik yayasan• Kepekaan pada perubahan pasar dan teknologi• Hotel tidak memiliki ruang konvensi/rapat.• Area parkir yang kurang memadai
PELUANG (O) <ul style="list-style-type: none">• Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang menggunakan jasa akomodasi di DIY.• Banyaknya potensi pariwisata di DIY• Peran pemerintah DIY dalam mempromosikan Yogyakarta.• Kerjasama pariwisata antar negara-negara Asia Tenggara• Perkembangan Bandara Adi Sucipto• Murahanya harga tiket pesawat terbang.	STRATEGI SO <ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata/ travel• Melakukan rekrutmen, penempatan, pelatihan dan promosi karyawan yang mengarah pada keunggulan bersaing secara keseluruhan.	STRATEGI WO <ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan promosi melalui jaringan internet dan media-medai lainnya• Melakukan renovasi area perhotelan dan membangun ruang konvensi/rapat atau menambah produk atau jasa baru
ANCAMAN (T) <ul style="list-style-type: none">• Ketidakstabilan keamanan dan politik di Indonesia• Ketidakstabilan kurs rupiah terhadap dolar• Otonomi daerah• Rencana kenaikan tariff dasar listrik	STRATEGI ST <ul style="list-style-type: none">• Meningkatkan dan mempertahankan kinerja keuangan untuk kelangsungan hidup hotel• Meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas SDM yang sudah dimiliki	STRATEGI WT <ul style="list-style-type: none">• Melakukan efisiensi dan produktifitas di semua departemen.• Meningkatkan kualitas tim manajemen ynag tangguh untuk mengatisipasi semua perubahan yang terjadi

Mengetahui,
Yogyakarta, 19 Mei 2006
Hotel Batik Yogyakarta


Drs. Misbachul Munir
Office Manager



Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp. : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Tabel
Matrik SPACE Hotel Batik Yogyakarta

Kekuatan Keuangan/FS	Penilaian
1. Laba meningkat	4
2. Profitability ratio	4
3. Liquidity ratio	5
	<u>13/3= 4,3</u>
Keunggulan Bersaing/CA	
1. Kualitas pelayanan	-2
2. Loyalitas konsumen	-3
3. Pengalaman karyawan hotel	-2
4. Arsitektur bangunan	-2
5. Fasilitas hotel	-5
	<u>-14/5= -2,8</u>
Stabilitas Lingkungan/ES	
1. Ketidakstabilan politik dan keamanan	-4
2. Otonomi daerah	-2
3. Ketidakstabilan kurs rupiah terhadap dolar	-3
4. Perubahan pasar dan teknologi	-2
	<u>-11/4= -2,75</u>
Kekuatan Industri/IS	
1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan	5
2. Banyaknya potensi pariwisata di DIY	4
3. Perkembangan Bandara Adi Sucipto	3
4. Tersedianya SDM yang banyak.	3
5. Peran pemerintah DIY dalam mempromosikan Yogyakarta	4
	<u>19/5 = 3,8</u>
Kesimpulan	
- sumbu x = -2,8 + 3,8 = 1	
- sumbu y = -2,75 + 4,3 = 1,55	

Mengetahui,
Yogyakarta, 19 Mei 2006
Hotel Batik Yogyakarta


Drs. Misbachul Munir
Office Manager



Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Tabel
Matrik QSPM Hotel Batik Yogyakarta

ALTERNATIF STRATEGIS							
		Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk		Integrasi ke Depan	
Faktor-faktor	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang							
1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang menggunakan jasa akomodasi di DIY.	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
2. Banyaknya potensi pariwisata di DIY	0.10	3	0.30	2	0.20	3	0.30
3. Peran pemerintah DIY dalam mempromosikan Yogyakarta.	0.20	3	0.60	2	0.40	2	0.40
4. Kerjasama pariwisata antar negara-negara Asia Tenggara	0.10	3	0.30	2	0.10	3	0.30
5. Perkembangan Bandara Adi Sucipto	0.05	3	0.15	2	0.10	2	0.10
6. Murahnya harga tiket pesawat terbang.	0.05	2	0.10	2	0.10	3	0.15
Ancaman							
1. Ketidakstabilan keamanan dan politik di Indonesia	0.10	3	0.30	2	0.20	3	0.30
2. Ketidakstabilan kurs rupiah terhadap dolar	0.10	3	0.30	2	0.20	2	0.20
3. Otonomi daerah	0.05	2	0.10	2	0.10	1	0.05
4. Rencana kenaikan tarif dasar listrik	0.10	3	0.30	2	0.20	1	0.10
	1.00						
Kekuatan							
1. Lokasi hotel	0.15	3	0.45	2	0.30	4	0.60
2. Arsitektur bangunan hotel	0.20	4	0.80	3	0.60	3	0.60
3. Pengalaman karyawan hotel	0.10	2	0.20	1	0.10	2	0.20
4. Kinerja keuangan	0.05	3	0.15	4	0.20	4	0.20
5. Suasana hotel yang tenang dan nyaman	0.10	3	0.30	4	0.40	3	0.30



Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp. : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

Sambungan Tabel
Matrik QSPM Hotel Batik Yogyakarta

Kelemahan							
1 Promosi dan periklanan	0.10	3	0.30	2	0.20	4	0.40
2.Tanah hotel milik yayasan	0.10	1	0.10	2	0.20	1	0.10
3.Kepekaan terhadap perubahan pasar dan teknologi.	0.10	2	0.20	1	0.10	3	0.30
4.Hotel tidak mempunyai ruang konvensi/rapat	0.05	1	0.05	4	0.20	2	0.10
5.Area parkir yang kurang memadai	0.05	1	0.05	2	0.10	1	0.05
Total Nilai Daya Tarik	1.00		5.65		4.45		5.35

Mengetahui,
Yogyakarta, 19 Mei 2006
Hotel Batik Yogyakarta


Drs. Misbachul Munir
Office Manager

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 2

II.B. Kegiatan Promosi DIY

Promosi bagi Pemda DIY pada hakekatnya merupakan bagian dari program pembangunan daerah, yang berwujud pelaksanaan upaya pemasaran/promosi pariwisata secara terpadu baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Tujuannya adalah meningkatkan kunjungan dan lama tinggal wisatawan di Propinsi DIY, dengan produk-produk yang dibuat sesuai dengan preferensi wisatawan.

II.B.1. Permasalahan Kepariwisata DIY

Dalam rangka memahami posisi dan keadaan pariwisata DIY, maka diperlukan langkah-langkah untuk mencermati permasalahan-permasalahan yang terkait dengan kekuatan, kelemahan dan peluang yang dimiliki.

Menyimak permasalahan yang terkait dengan potensi, kelemahan, hambatan dan peluang yang dimiliki kepariwisataan DIY pada umumnya pada saat ini, memberikan umpan balik kepada perlunya mendalami kembali permasalahan-permasalahan rinci yang terkandung pada upaya pembinaan dan pengembangan ODTW dalam pengembangan kepariwisataan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sasaran inilah yang ingin diajukan oleh penyusun beberapa hasil pemikiran untuk pembinaan pengembangan Kajian ODTW yang diturunkan dari tingkat nasional.

II.C. Prospek Kepariwisata DIY Tahun 2010

Gambaran mengenai beberapa prospek perkembangan kepariwisataan DIY, didukung oleh hal-hal berikut :

- a. Selesainya pembangunan dan renovasi taman wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Petilasan Ratu Boko serta pembenahan kawasan Keraton dan Malioboro membuka nuansa baru bagi kepariwisataan DIY.
- b. Banyaknya Biro Perjalanan Wisata yang menawarkan paket-paket wisata menarik ke pasar/ kunjungan wisatawan luar negeri, akan membuka peluang baru.
- c. Peningkatan arus wisatawan dari Ascan, Jepang, Cina, Timur Tengah dan Australia memberi peluang pasar lebih besar.
- d. Peningkatan arus komunikasi dan informasi dengan Kedutaan Besar/ Konsulat Jenderal RI di luar negeri membantu menyediakan keterbukaan pasar lebih besar.
- e. Meningkatnya partisipasi media massa dalam mempromosikan potensi wisata DIY akan membuat lebih semaraknya usaha pemasaran dan promosi.

- f. Meningkatnya fasilitas pelayanan wisata konvensi, akan memantapkan pilihan terhadap DIY dan Yogyakarta khususnya sebagai tujuan wisata konvensi.
- g. Peningkatan pelayanan angkutan wisata termasuk diantaranya peningkatan kondisi Bandara Adisucipto, akan menimbulkan kepercayaan terhadap pilihan kunjungan ke DIY dan Yogyakarta.

Dari kenyataan ini dapat disimpulkan bahwa untuk DIY bidang-bidang yang ditangani sebagai bagian pembinaan dan pengembangan pariwisata belum dilakukan secara optimal dan masih perlu ditingkatkan dengan sungguh-sungguh. Untuk itu mutlak perlu segera diambil langkah-langkah konkrit untuk mengantisipasi perkembangan dunia pariwisata tahun 2010 mendatang.

II.D. Kebijakan Pengembangan Kepariwisataan DIY

RIPPDA DIY 1999-2019; menegaskan kebijaksanaan umum pengembangan kepariwisataan DIY sebagai berikut Kebijakan operasional jangka pendek yaitu kebijakan yang dalam waktu relatif pendek segera dapat ditindaklanjuti dengan proyek/ program pelaksanaan serta Kebijakan operasional jangka menengah dan jangka panjang yaitu kebijakan yang masih memerlukan upaya pengembangan terlebih dahulu, baik menyangkut konsep pembinaan, dasar hukum pengelolaan, cara pengorganisasian, maupun sarana dan prasarana yang diperlukan.

Adapun pokok-pokok kegiatan Pengembangan Kepariwisataan DIY adalah: meliputi Akomodasi; Transportasi; Pos dan Telekomunikasi; Kesehatan; Restoran; Rekreasi dan Hiburan; Perkemahan; Pondok Wisata; Mandala Wisata; Perdagangan hukum dan Kelembagaan; Pembinaan dan Pengembangan SDM; Kebijakan lingkungan; Promosi dan pemasaran pariwisata; Pengembangan investasi dan Pengawasan.

II.E. Strategi Pengembangan Pariwisata DIY

Konsep RIPPDA DIY (1999-2019) dapat disimak adanya strategi pengembangan kepariwisataan yang diturunkan dari kebijaksanaan pengembangan DIY, sebagai berikut; Strategi Tingkat Makro : kegiatan kepariwisataan sebagai komponen utama pemasukan devisa negara, pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat, pengembangan pariwisata sebagai bagian upaya pengembangan wilayah dan pembangunan daerah, pemberlakuan konservasi budaya daerah, guna menciptakan identitas berdaya daerah dalam rangka menegakkan wawasan nusantara, pemberlakuan mekanisme kehidupan wilayah secara berkelanjutan dan berkesinambungan guna menegakkan lingkungan hidup secara lestari,

Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara/Nusantara yang Menggunakan Jasa Akomodasi di DIY

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)	000 Rts. (0)	LOS
1998	78.811	-71,63	309.135	-51,59	387.946	-57,66	24,79	1,72
1999	73.331	-6,93	440.986	42,65	514.347	32,58	30,42	1,12
2000	78.414	6,89	540.996	22,68	619.410	20,47	37,20	1,54
2001	92.945	18,53	739.274	36,65	832.219	34,36	41,85	1,70
2002	90.777	-2,33	888.360	20,17	979.137	17,65	42,47	1,84
2003	95.629	5,34	1.139.061	28,22	1.234.690	26,09	46,20	1,77
2004	103.401	8,13	1.688.599	48,25	1.792.000	45,14	50,35	1,73

JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DES.	RATA
53,01	49,66	48,40	48,60	55,88	58,73	70,74	57,61	55,03	55,00	49,49	63,18	

PERIODE TAHUN : 2000.

No.	Bulan	Room Sales				Total Rooms	R.O.C.	G.S.N.		Room Sales	Room Revenue	G.C.I.	
		Sgl.	Dwb.	Trpl	Qtl.			F.	D.			F.	D.
01.	Januari.	54	441	77	2	574.	56,10 %	282	893	72.305.400	41.394.320	71.	558
02.	Februari.	64	115	34	-	213.	22,25 %	127	292	24.034.000	13.900.320	58	99.
03.	Maret.	140	233	39	-	412.	40,27 %	285	438	47.695.700	26.498.480	72	256.
04.	April.	159	292	62	5	518.	51,17 %	375	582	59.628.500	34.304.800	92	330.
05.	Mei.	63	217	44	14	338.	33,03 %	152	531	38.525.002	20.122.800	60	261.
06.	Juni.	109	276	38	2	425.	42,02 %	290	489	45.264.100	25.557.280	84	301.
07.	Juli.	270	507	95	10	882.	86,21 %	945	654	104.974.400	61.896.520	239	416
08.	Agustus.	193	460	79	4	736.	71,94 %	1025	335	89.903.200	52.359.600	238	234.
09.	September.	90	350	12	-	452.	45,65 %	391	435	51.374.100	29.396.180	131	257.
10.	Oktober.	88	317	47	4	456.	44,27 %	292	588	55.082.800	31.858.240	108	458.
11.	November.	110	224	24	-	358.	36,15 %	322	308	43.087.300	25.739.840	72	218.
12.	Desember.	75	308	77	2	462.	44,96 %	329	581	69.055.400	42.336.320	89	347.
	TOTAL.	1415	3740	628	43	5.826.	47,83 %	4815	6126	700.929.902.	405.364.700	1314	3734.



 [Signature]
 [Stamp]
 [Signature]
 [Stamp]

PERIODE TAHUN : 2001.

No.	Bulan	Rooms Sale.				Total Rooms	R.O.C.	G.S.N.		Room Sale.	Room - Revenue	G.C.I.	
		Sgl.	Dwb.	Trple	Qtr.			F	D			F	D
01.	Januari.	70	292	36	5	403	42,42 %	343	434	57.725.950	34.956.570	102	278
02.	Februari.	129	246	16	1	392	40,80 %	268	415	45.457.075	26.427.500	80	217
03.	Maret.	130	279	48	1	458	44,76 %	292	539	61.781.000	36.064.100	98	378
04.	April.	115	259	38	-	412	41,61 %	459	288	62.642.000	37.284.800	103	151
05.	Mei.	99	325	40	9	473	46,23 %	280	628	66.118.950	37.467.860	97	305
06.	Juni.	128	345	30	3	506	50,91 %	269	646	67.861.500	39.722.160	104	403
07.	Juli.	131	618	67	13	829	81,23 %	636	985	121.132.625	70.970.100	259	504
08.	Agustus.	135	528	47	13	723	70,66 %	910	474	104.845.125	61.103.680	258	216
09.	September.	165	381	31	2	579	58,48 %	485	543	76.883.125	44.186.620	135	346
10.	Oktober.	144	374	37	3	558	54,56 %	260	760	78.614.000	43.919.200	64	483
11.	November.	103	226	28	-	357	36,06 %	186	449	45.120.125	25.946.200	46	267
12.	Desember.	56	473	121	7	657	64,12 %	146	1204	116.890.500	71.260.400	41	717
	T O T A L.	1405	4346	539	57	6347	52,65 %	4534	7365	906.071.975,-	529.309.190	1387	4265



No.	Bulan	Room Sales				Total Rooms	R.O.C.	G.S.N.		Room Sales	Room Revenue	G.C.I.	
		Sgl	Dwb	Trple	Qwt			F	D			F	D
01.	Januari.	87	250	11	2	350	34,21 %	194	434	52.616.750	32.165.100	60	289
02.	Februari.	33	137	7	-	177	19,15 %	142	186	26.875.000	23.610.800	47	114
03.	Maret.	213	291	19	18	541	52,87 %	259	665	79.387.500	48.726.000	57	440
04.	April.	103	179	18	6	306	31 %	185	355	44.687.400	27.640.800	55	210
05.	Mei.	101	291	48	-	440	44,44 %	202	627	70.508.750	43.145.000	77	302
06.	Juni.	88	349	24	2	463	46,96 %	360	505	72.586.000	43.228.800	111	354
07.	Juli.	103	625	91	15	834	81,52 %	869	815	139.955.100	86.432.600	331	478
08.	Agustus.	315	530	41	10	896	87,58 %	851	684	134.617.000	83.085.600	207	195
09.	September.	213	463	25	2	703	71 %	773	450	104.835.000	64.284.000	252	254
10.	Oktober.	181	482	30	8	701	68,52 %	513	756	121.094.500	69.554.000	154	356
11.	November.	47	150	21	1	219	22,12 %	124	298	31.997.500	19.122.200	41	177
12.	Desember.	37	461	81	10	589	56,61 %	120	1123	126.932.000	81.603.600	27	674
	TOTAL.	1521	4208	416	74	6.219	51,33 %	4592	6898	1.006.092.500	622.598.500	1419	3843




 P. MURNI

DATA PENJUALAN KAMAR HOTEL BATIK YOGYAKARTA

PERIODE TAHUN : 2003.

No.	B u l a n	Room Sale				Total	R.O.C.	G.S.M.		Room Sales	Room Revenue	G.C.I.	
		Sgl	Dwb	Trple	Gtr	Rooms		F	D			F	D
01.	Januari.	53	366	51	3	473	46,23 %	198	722	81.466.500	51.319.000	71	477
02.	Februari.	63	222	16	-	301	32,57 %	158	374	42.899.250,-	27.436.600	56	228
03.	Maret.	57	225	5	1	288	28,11 %	158	364	49.225.000,-	30.997.000	51	206
04.	April.	29	203	32	5	269	27,16 %	180	376	47.503.500,-	29.132.400	48	208
05.	Mei.	47	301	35	-	383	36,84 %	160	595	72.061.000,-	45.328.800	54	412
06.	Juni.	79	271	59	1	410	41,41 %	124	678	75.287.375,-	47.397.900	45	345
07.	Juli.	114	550	138	12	814	75,62 %	493	1186	153.654.400,-	101.333.300	174	686
08.	Agustus	220	440	49	6	715	65,99 %	672	592	126.932.500,-	81.178.000	202	328
09.	September.	198	304	23	-	525	51,65 %	295	580	98.123.875,-	67.339.500	132	297
10.	Oktober	72	365	26	3	466	44,44 %	154	738	84.333.900,-	52.894.700	50	406
11.	Nopember.	26	239	46	11	322	29,75 %	58	617	76.510.750,-	46.268.600	22	358
12.	Desember.	59	420	104	13	596	54,43 %	82	548	134.839.750,-	86.815.800	82	548
	T O T A L.	1017	3906	584	55	5.562.	44,52 %	2732	7370	1.690.337.800,-	667.441.600	987	4499.


 PT. BUKIT PONDOK BATIK YOGYAKARTA
 N. ALINIR

DATA LAPORAN PENJUALAN KAMAR HOTEL BATIK YOGYAKARTA

PERIODE TAHUN : 2004

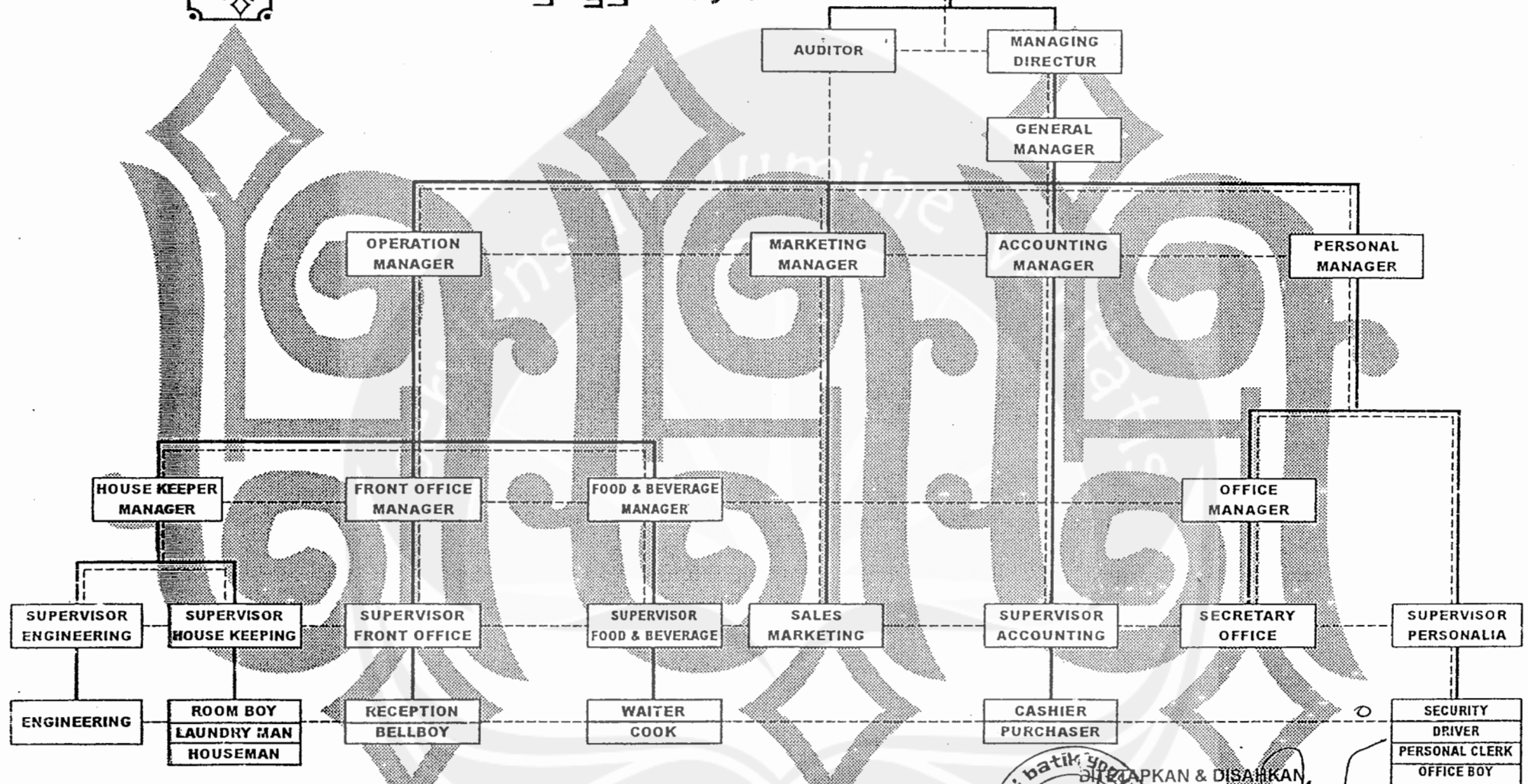
No.	Bulan	Room Sales				Total Room	G.S.N.		Room Sales	Room Revenue.	R.O.C.	G.C.L.	
		Sgl	Dwb	Trpl	Qtr		F	D				F	D
01.	Januari.	90	366	56	15	527.	196	853	103.678.500	66.141.700	48,78 %	73	542
02.	Februari.	104	235	41	6	386.	180	551	71.278.750	45.487.000	38,24 %	50	355
03.	Maret.	57	224	12	7	300.	171	398	55.414.625	35.243.700	27,64 %	75	270
04.	April.	63	246	40	7	356.	604	604	75.529.000	49.191.200	33,90 %	46	383
05.	Mei.	257	331	35	3	626.	368	674	119.091.250	78.713.000	57,69 %	71	379
06.	Juni.	149	370	58	6	583.	214	884	115.020.250	74.563.400	55,62 %	59	470
07.	Juli.	183	569	118	6	876.	582	1116	183.612.500	119.676.000	80,73 %	192	538
08.	Agustus.	200	483	50	4	737.	716	622	144.141.250	95.338.100	67,92 %	224	367
09.	September.	162	366	53	-	581.	347	706	104.441.500	70.790.600	55,33 %	119	411
10.	Oktober.	159	287	16	2	464.	345	443	87.022.500	58.988.550	44,19 %	78	256
11.	Nopember.	25	189	150	9	373.	122	766	110.404.500	76.283.600	36,14 %	39	459
12.	Desember.	49	285	98	18	450.	165	823	112.132.750	73.899.000	41,89 %	91	465
	T O T A L.	1498	3951	727	83	6.259.	4010	8440	1.281.767.375	844.315.850	49 %	1117	4183

[Signature]
MILINIR

01. Januar	58	248	56	24	386	35,482	62	476	92.815.750	62.850.530	176	653
02. Februar	46	217	30	1	294	29,992	51	235	69.580.710	46.503.020	198	379.
03. März	32	364	42	1	439	40,462	139	278	103.893.875	68.875.100	309	593.
04. April	29	101	50	11	271	25,812	68	220	69.450.250	46.264.200	178	403
05. Mai	29	288	20	3	340	31,432	96	255	81.104.750	54.060.000	256	409.
06. Juni	40	266	57	28	391	37,342	55	429	96.767.000	63.492.800	225	546
07. Juli	85	528	156	34	803	73,732	169	726	213.788.750	143.147.200	547	1195.
08. August	53	477	66	18	614	56,402	299	316	149.760.400	100.452.800	719	559.
09. September	112	404	103	30	649	63,252	102	625	152.393.500	100.314.200	385	957.
10. Oktober	41	127	42	69	279	26,452	58	253	70.261.750	44.435.400	151	570
11. November	19	313	176	13	521	49,572	93	596	159.610.500	108.189.800	187	1.036
12. Dezember	10	298	162	5	475	43,802	56	495	139.526.500	92.279.600	213	897.
	554	3711	960	237	5.462	42,812	1253	4874	1.398.953.775	930.864.630	3.544	8.292



hotel batik yogyakarta



RANGAN :

- = GARIS STRUKTURAL / PERINTAH
- - - = GARIS FUNGSIONAL / KERJASAMA

DISAPKAN & DISAHKAN
JOGJAKARTA, 01 MEI 2004
IRWAN HANDY PUTRANTO, SE
MANAGING DIRECTUR

DAFTAR KURANG MODEL DI LOK YOGYAKARTA.

Complek Taman Yuwono, Jaten.

YOGYAKARTA.

N a m a	J a b a t a n	Pendidikan	Umur.	Masa Kerja.
<u>MANAGEMENT.</u>				
Muji Raharjo.	Pers. Manager	S.A.A.	46 Th. 1/59	22 Th.
Nuriatun. ✓	Acct. Manager	S.A.A. / MAN	47 Th. 1/61	14 Th.
Siti Nurjanah. ✓	Market. Manager	D.III. ABA	38 Th. 1/61	14 Th.
Kriswanto.	Opertns. Mgr	D.I. PERMANEN	38 Th. 1/67	14 Th.
<u>STAFF Manager Dept.</u>				
Hardjito AM. - F.O	P.O. MGR.	S.A.A.	58 Th. 1/54	28 Th.
F.A. Gimin Budiyantho - HK	H.A. MGR. *	D.III.	59 Th. 1/45	22 Th.
Suryo Widodo. - F&B	T.B. MGR.	S.A.A.	51 Th. 1/54	24 Th.
Misbachul Munir. office	Office MGR. *	Universitas	59 Th. 1/41	28 Th.
<u>STAFF SUPERVISOR.</u>				
Sarjono S.A. - PERSONNEL	Pers. Supervisor *	S.A.A.	55 Th. 1/50	22 Th.
Lin Sulistyowirini. ✓	Secrt. Office.	D.I.	30 Th. 1/61	12 Th.
Yuli Kiranawati. ✓	Acct. Supervisor	S.A.A.	35 Th. 1/70	14 Th.
Istajib. ✓	P.O. Supervisor	D.I.	40 Th. 1/65	14 Th.
Doelrachman. ✓	T.B. Supervisor *	S.A.A.	56 Th. 1/59	22 Th.
Sagiman. ✓	Engr. Supervisor	S.A.A.	45 Th. 1/60	14 Th.
<u>OPERATIONAL.</u>				
H. Asnawi. - ACCT	Cashier.	S.A.A.	46 Th. 1/54	14 Th.
Sri Yuliwanti. ✓	Store.	S.A.A.A.	36 Th. 1/69	14 Th.
Mujasmantoro. - PERSONNEL	Driver.	S.A.A.	39 Th. 1/60	14 Th.
Saryanto. - PERSONNEL	Driver.	S.A.A.	32 Th. 1/73	10 Th.
Sudarmadi. - SECURITY	Security.	S.A.A.	39 Th. 1/61	14 Th.
Bugeng Santoso. SEC	Security.	S.A.A.	37 Th. 1/70	14 Th.
A. Rohadi.	Security.	S.A.A.	37 Th. 1/68	14 Th.
Radiono.	Security.	S.A.A.	37 Th. 1/67	14 Th.
Tri Rony. OH. - F.O	Receptions. F.O	D.III.	38 Th. 1/62	14 Th.
Priyanto.	Bell Boy. - F.O	S.A.A.	35 Th. 1/64	14 Th.
Dawi.	Bell Boy. - F.O	S.A.A.	35 Th. 1/69	14 Th.
Haljono.	Bell Boy. - F.O	S.A.A.	36 Th. 1/67	14 Th.
Priyo Hastono.	Room Boy. - F.O	S.A.A.	35 Th. 1/67	14 Th.
Santo Budiantoro.	Room Boy. - F.O	S.A.A.	36 Th. 1/68	14 Th.
Makijo.	Room Boy. - F.O	S.A.A.	37 Th. 1/68	14 Th.
Sumarto.	Room Boy. - F.O	S.A.A.	36 Th. 1/68	14 Th.
Sagimin.	Houseman. - F.O	S.A.A.	52 Th. 1/51	20 Th.
Suwandi Atmojo.	Houseman. - F.O	S.A.A.	37 Th. 1/63	14 Th.
Suharto.	Houseman. - F.O	S.A.A.	38 Th. 1/55	14 Th.
Samijo.	Houseman. - F.O	S.A.A.	39 Th. 1/68	10 Th.
Agus Subagyo.	Laundryman. - F.O	S.A.A.	40 Th. 1/63	12 Th.
Sarijo.	Laundryman. - F.O	S.A.A.	35 Th. 1/63	14 Th.
Pardel Armurianto	Engineering. - F.O	S.A.A.	36 Th. 1/64	14 Th.
Mujiharyanto.	Engineering. - F.O	S.A.A.	28 Th. 1/76	9 Th.
Mudhakir.	Waiter. - F&B	S.A.A.	38 Th. 1/60	14 Th.
Martono.	Waiter. - F&B	D.I.	37 Th. 1/68	14 Th.
Sri Widodocharyono	Waiter. - F&B	D.III.	42 Th. 1/58	20 Th.
M. Kharis.	Waiter. - F&B	S.A.A.	37 Th. 1/68	14 Th.
Nakad Sukanto.	Cook. - F&B	S.A.A.	43 Th. 1/60	22 Th.
Mento.	Cook Helper. - F&B	S.A.A.	36 Th. 1/64	14 Th.
Budisanto.	Cook Helper. - F&B	S.A.A.	38 Th. 1/61	14 Th.
Eustanish. ✓	Purchasing. ACCT	S.A.A.	72 Th. 1/35	24 Th.
Irwani Handy. P. 30	Managing Der	S.A.A.	37 Th. 1/54	6 Th.
Evita SE. ✓	Auditor.	S.A.A.	34 Th. 1/68	16 Th.
WIDARTO	ROOM BOY		30 Th. 1/75	12 Th.
MIN SULISTYOWIRINI ✓	WAITRES F&B	DI		

TOTAL : 4. MANAGERIAL 3. OPERATING

4. STAFF 47. STAFF KIRANAWATI

6. SUPERVISOR

1. H.A. / 1/61

1. F.O. / 1/61

1. F&B / 1/61

* SECURITY 4. ORANG

* PERSONNEL 2. ORANG

* OFFICE 1. ORANG

* OPERATIONS 1. ORANG

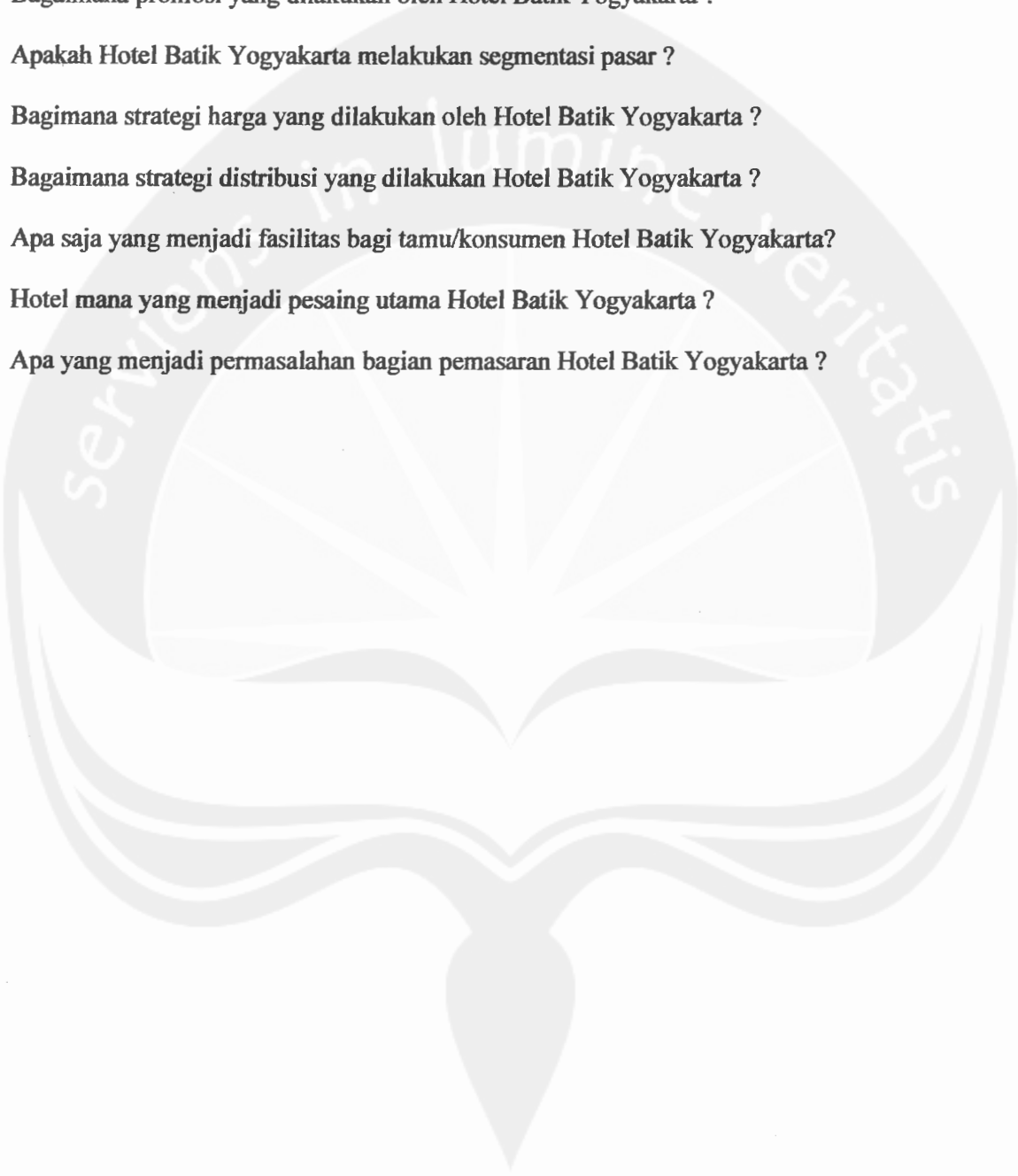
* F&B 1. ORANG

* DIRECT 1. ORANG

Draf pertanyaan kepada Bapak Drs. Misbachul Munir

1. Apa misi dan visi dari Hotel Batik Yogyakarta ?
2. Apa tujuan dari Hotel Batik Yogyakarta ?
3. Bagaimana budaya Hotel Batik Yogyakarta ?
4. Bagaimana dengan sumber daya manusia yang dimiliki oleh Hotel Batik Yogyakarta ?
5. Berapa jumlah karyawan Hotel Batik Yogyakarta ?
6. Bagaimana dengan kesejahteraan karyawan Hotel Batik Yogyakarta ?
7. Berapa jumlah kamar Hotel Batik Yogyakarta ?
8. Apa saja fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Batik Yogyakarta ?
9. Apa strategi Hotel Batik Yogyakarta dalam melihat perubahan lingkungan ?
10. Apa yang menjadi daya tarik utama Hotel Batik Yogyakarta bagi tamu/konsumen ?
11. Apa yang menjadi daya tarik utama Hotel Batik Yogyakarta ?
12. Apa yang menjadi permasalahan dari Hotel Batik Yogyakarta ?


Draf pertanyaan kepada Ibu Siti Nurjanah

1. Apa yang menjadi daya tarik atau nilai jual Hotel Batik Yogyakarta ?
 2. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Hotel Batik Yogyakarta ?
 3. Apakah Hotel Batik Yogyakarta melakukan segmentasi pasar ?
 4. Bagaimana strategi harga yang dilakukan oleh Hotel Batik Yogyakarta ?
 5. Bagaimana strategi distribusi yang dilakukan Hotel Batik Yogyakarta ?
 6. Apa saja yang menjadi fasilitas bagi tamu/konsumen Hotel Batik Yogyakarta?
 7. Hotel mana yang menjadi pesaing utama Hotel Batik Yogyakarta ?
 8. Apa yang menjadi permasalahan bagian pemasaran Hotel Batik Yogyakarta ?
- 

Draf pertanyaan kepada Bapak Herman Tony

1. Apa manfaat PHRI bagi industri perhotelan di DIY ?
2. Apa tujuan dan program dari PHRI terbentuk ?
3. Apakah semua hotel merupakan anggota PHRI ?
4. Berapa jumlah hotel yang ada di DIY ?
5. Apa yang menjadi ancaman atau hambatan bagi berkembangnya industri perhotelan dan PHRI BPD di DIY ?
6. Apa yang menjadi peluang bagi industri perhotelan di DIY ?
7. Bagaimana menurut bapak tentang peran pemerintah daerah dalam industri perhotelan di DIY ?

Draf pertanyaan kepada Bapak Junaedi Arkan

1. Bagaimana peran serta pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata di DIY ?
 2. Bagaimana peran serta pemerintah daerah dalam mempromosikan pariwisata di DIY ?
 3. Apa yang menjadi permasalahan/ancaman pariwisata di DIY ?
 4. Apa saja potensi dan prospek dari pariwisata DIY ?
 5. Bagaimana perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke DIY ?
- 

Draf pertanyaan kepada tamu/konsumen Hotel Batik Yogyakarta

1. Berapa kali anda berkunjung ke Yogyakarta ?
2. Berapa kali anda sudah menginap ke Hotel Batik Yogyakarta ?
3. Apa yang menjadi daya tarik dari Hotel Batik Yogyakarta ?
4. Dari mana anda mengenal Hotel Batik Yogyakarta ?
5. Apa yang menjadi keluhan anda dari Hotel Batik Yogyakarta ?
6. Bagaimana fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Batik Yogyakarta ?
7. Apakah anda akan kembali menginap di Hotel Batik Yogyakarta ?
8. Apakah anda akan memberikan informasi Hotel Batik Yogyakarta kepada orang lain?

Draf pertanyaan kepada karyawan Hotel Batik Yogyakarta

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Hotel Batik Yogyakarta ?
2. Anda bekerja di departemen mana ?
3. Bagaimana Hotel Batik Yogyakarta memperhatikan kesejahteraan anda ?
4. Apakah Hotel Batik Yogyakarta melakukan pelatihan untuk anda ?
5. Bagaimana suasana kerja di Hotel Batik Yogyakarta ?
6. Bagaimana anda melihat kinerja dari pihak pengelola dan manajemen Hotel Batik Yogyakarta ?





Hotel Batik Yogyakarta

JL. DAGEN, KOMPLEK TAMAN YUWONO, SOSROMENDURAN, YOGYAKARTA
Telp. : (0274) 561828, 561823 Facsimile : (0274) 561823 E-mail : batik cottage@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini kami, Office Manager Hotel Batik Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama	: Yohanisti
Nomor Mahasiswa	: 04.1002
Program	: Pascasarjana
Program studi	: Magister Manajemen
Universitas	: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Telah mengadakan kegiatan observasi dan penelitian di perusahaan kami (Hotel Batik Yogyakarta).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan bagi pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 19 Mei 2006

Hotel Batik Yogyakarta



Drs. Misbachul Munir

Office Manager